



**Mengidentifikasi Faktor-Faktor Motivasi yang Memengaruhi Perilaku
Pembelian Items pada Game Defense of TheAncients 2 di Kota Semarang**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata I

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Rieda Anindita Putri

NIM : 14030111140103

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2015

Mengidentifikasi Faktor-Faktor Motivasi yang Memengaruhi Perilaku Pembelian Items pada Game Defense of The Ancients 2.

Oleh : Rieda Anindita Putri

ABSTRAKSI

Game merupakan salah satu bentuk implementasi dari kemajuan teknologi di ranah media komunikasi. *Game* dapat digunakan sebagai media penyampai pesan dan memungkinkan adanya *feedback* dari pesan tersebut. *Game* juga didesain sebagai sarana hiburan untuk mengisi waktu luang yang dibuat *universal*. DotA2 adalah *game multiplayer* dengan user terbanyak di Indonesia. *Game* ini mengusung tema *multiplayer online battle arena video game*, dengan format tiga dimensi (3D). Selain bisa bermain dalam *game*, *player* juga bisa membeli *items* yang ada didalam *game* sebagai pelengkap permainan. Player membeli dengan uang *virtual* dan membeli di toko *virtual*. Jumlah yang dibelanjakan di *virtual shop* DotA2 sangat menakjubkan. Kenyataannya, barang yang mereka beli di *virtual shop* tidak bisa dipegang dan dimiliki secara nyata, padahal uang yang dibelanjakan tidak sedikit.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor motivasi yang memengaruhi perilaku pembelian items pada game Defense of The Ancients 2. Penelitian eksploratif kuantitatif ini menghimpun data primer dari 100 orang dengan instrumen penelitian kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah teknik analisis faktor. Sebanyak 12 faktor telah diuji dengan *KMO* dan *Bartlett's Test* diketahui nilainya 0,963 dengan signifikansi 0,000. Kemudian melalui perhitungan model *Principal Component Analysis* (PCA) diperoleh 2 kelompok faktor yang memuat 12 faktor yang diuji, dengan kata lain, seluruh faktor yang diuji lolos. Keseluruhan faktor tersebut memberikan kontribusi sebesar 77,346persen terhadap motivasi pembelian *items* pada Game DotA2.

Personal Interest Factor adalah faktor motivasi yang paling berpengaruh. Diketahui faktor ini menyumbang sebanyak 65,745 %. Faktor ini dilabeli *Personal Interest Factor* karena terdapat motivasi ketertarikan akan items pada DotA2, adanya kemudahan untuk mengakses *virtual shop* DotA2, dan perasaan senang yang ada pada diri player ketika bertransaksi di *virtual shop*. Keempat variabel utama dari faktor selanjutnya adalah *decoration*, *benefit*, *relatedness*, dan *fun* termasuk dalam *Pleasure Factor* yaitu suatu bentuk ketertarikan karena memberikan rasa senang.

Kata kunci : *Game Studies*, *DotA2*, Analisis Faktor, Motivasi, *Virtual Shop*, *Personal Interest Factor*

Identifying the Motivational Factors Influence The Consumption of Buying Items in Game Defences of The Ancient 2

By : Rieda Anindita Putri

ABSTRACT

Game is one form of implementation of the technological advances in the realm of communication media. The game can be used as a medium conveys messages and allow for feedback from the message. Game is also designed as a means of entertainment to fill in spare time made universal. DotA2 is multiplayer game with the highest user in Indonesia. The game is themed multiplayer online battle arena video games, with the format of three-dimensional (3D). In addition to playing the game, players can buy items that are in the game as a complementary game. Player purchase with virtual money and buy in a virtual store. Amount DotA2 spent in the virtual shop is amazing. In fact, the goods they purchase in virtual shop could not be held and owned real, whereas money spent not a little.

This study aims to determine the motivating factors that influence purchasing behavior items in the game Defense of the Ancients 2. This quantitative explorative study collecting primary data from 100 people with a research instrument questionnaire. Analysis of the data used is the technique of factor analysis. A total of 12 factors have been tested with KMO and Bartlett's Test unknown value is 0.963 with 0.000 significance. Then through a calculation model of Principal Component Analysis (PCA) obtained two groups of factors that includes 12 factors tested, in other words, all factors tested escaped. All of these factors contributed 77.346 per cent of the purchase motivation in Game DotA2 items.

Personal Interest Factor is the most powerful motivating factor. These factors are known to contribute as much as 65.745%. This factor is labeled Personal Interest Factor because it consists of motivated interest in the items on DotA2, the ease of access to the virtual shop DotA2, and feelings of pleasure that is in the player when transacting in the virtual shop. The fourth main variables of the next factor is the decoration, benefits, relatedness, and fun including the Pleasure Factor which is a form of interest because it gives pleasure.

Keywords : *Game Studies, DotA2, Factor analysis, motivations, Virtual Shop, Personal Interest Factor*

DotA2 adalah *multiplayer online battle arena video game*, dengan format tiga dimensi (3D), sekuel tunggal dari *the Defense of the Ancients (DotA) Warcraft III: Reign of Chaos* dan *Warcraft III: The Frozen Throne*, game ini ditimsukan oleh Valve Corporation. DotA2 dirilis sebagai *game* yang gratis untuk dimainkan di Microsoft Windows tahun 2011, OS X, dan Linux mulai dari tahun 2013. *Game* ini tersedia secara eksklusif melalui platform Valve yaitu Steam. (*blog.DotA2.com*). DotA2 mempunyai vitur penjualan *items* yang mendukung karakter *Hero* dalam permainan. Semua *items* di toko hanyalah kosmetik dan tidak mempengaruhi jalannya permainan (*Gabe Newell, blog.DotA2.com*). *Items* di DotA2 bisa dibeli dengan uang virtual (*virtual money*) yang bisa didapat dengan cara membeli *voucher*.

Game di design sebagai sarana hiburan untuk mengisi waktu luang yang dibuat secara universal. Pengembangan *game* berfokus untuk menciptakan sebuah hiburan untuk pemain. Itu pula yang dirasakan oleh para pemain DotA2. Para *gamers* pun tidak sungkan membeli *voucher* untuk mendapatkan *virtual money* dan membelanjakannya di dunia virtual DotA2, menggunakannya untuk membeli *items Heroes* yang mereka inginkan. Setiap bulan rata-rata 70% *gamers* di Indonesia ber transaksi di *game online* sebesar Rp 100.000,00. Di *virtual shop* DotA2 sendiri, setiap bulannya, *virtual shop items Heroes* DotA2 dapat menjual kurang lebih 379.280 *items* dengan total harga mencapai Rp 171.284.440.000 (*steamcommunity.com/market/listing*)

Penelitian ini mendasarkan pada paradigma positivistik. Paradigma positivistik adalah dasar konseptual dari metode kuantitatif. Positivistik adalah aliran ilmu filsafat yang berpegang pada konsep bahwa ilmu alam sebagai satu-satunya sumber pengetahuan yang benar. Paradigma ini tidak mengenal spekulasi atau perkiraan, semua didasarkan pada data empiris serta menolak menggunakan metode selain menelaah data.

Penelitian ini menggunakan *Self Determination Theory (SDT)*. Dalam *Self Determination Theory (SDT)* mengenal adanya tiga jenis motivasi yang berbeda, yakni motivasi intrinsik (muncul dari dalam diri), ekstrinsik (muncul dari luar diri), dan amotivasi (Ryan & Deci, 2000 :54-67). Pengelompokan itu didasarkan pada apakah dan untuk apa perilaku seseorang ditentukan. Motivasi intrinsik mengacu pada seseorang berbelanja di dunia virtual *game* karena termotivasi untuk mendapatkan kepuasan untuk dirinya sendiri tanpa menghiraukan hal-hal diluar dirinya sendiri. Sedangkan motivasi ekstrinsik seseorang berbelanja di dunia virtual merupakan motivasi dari luar dirinya, seperti mengharapkan pujian atas keberhasilannya. Untuk amotivasi, keadaan dimana seseorang tidak jelas apakah yang diharapkan dari membelanjakan uang di dunia virtual. Tidak ada motivasi khusus baik dari dalam diri sendiri maupun dari luar dirinya.

Ada 12 faktor yang ditemukan dari penelitian sebelumnya, yang akan menjadi faktor utama analisis penelitian ini. Kedua belas faktor tersebut adalah *Autonomy, Relatedness, Competence, Enjoyment, Ease of use, Decoration, Status, Fantasy, Amusement, Aesthetic, Fun, dan Benefit*.

Proses penelitian menggunakan model *Principal Component Analysis (PCA)* yang merupakan teknik pemisahan dan ekstraksi faktor (pembobotan faktor) dari analisis faktor. Banyaknya faktor yang masuk dalam model didasarkan pada nilai *Eigenvalue* yang besarnya lebih besar atau sama dengan 1 (satu). Dengan kriteria tersebut diperoleh 2 (dua) faktor yang teridentifikasi.

Faktor pertama dilabeli dengan *Personal Interest Factor* dimana faktor tersebut adalah faktor yang paling berkontribusi terhadap perilaku pembelian *items* di *game* DotA2. Faktor ini menyumbangkan sebanyak 65,745%. Ketiga variabel utama dari faktor pertama ini yakni *Aesthetic, Ease of use* dan *Autonomy* sesuai dengan pendapat Yoonhyuk Jung dan

Suzanne, D. Pawlowski (2014), dan sesuai dengan pendapat R.M. Ryan dan S. Rigby (2014) tentang *Self Determination Theory*. Kedua teori ini membahas tentang motivasi yang mendorong konsumsi pada dunia virtual.

Faktor kedua yang memengaruhi pembelian *items* pada *game* DotA2 dengan nama *Pleasure Factor*. Faktor kedua ini menyumbangkan 11,601% yang terdiri dari *decoration, benefit, relatedness, fun, enjoyment* dan *competence*. Faktor kedua ini berkaitan dengan *Self determination theory* menurut R.M. Ryan dan S. Rigby (2014) yang berasumsi bahwa seseorang melakukan konsumsi dalam dunia virtual demi memuaskan kebutuhan psikologis tertentu dan dalam hal ini adalah kebutuhan akan perasaan *fun* dan *enjoyment*.